

SYSTEME D'INFORMATION

Ghanem Ignafi Lycée Taiarapu Nui

Emmanuel Anestides Lycée La Mennais

Thème II

En quoi les technologies transforment-elles
l'information en ressource ?

SOMMAIRE

L'information dans l'organisation	p. 2
Pourquoi un PGI ?	p. 3
Séquence pédagogique : le PGI	p. 4
Données, informations, connaissances	p.5
Rôle et accessibilité de la connaissance	p.6
La valeur de l'information	p.8
L'information, vecteur de la communication interne	p.10
L'information, vecteur de la communication externe	p.12
Conceptualisation et synthèse	p. 14
Retour de pratiques	p. 15

L'INFORMATION DANS L'ORGANISATION

Eduscol 12/01/2012 -

Sciences de gestion, classe de première de la série STMG

Sens et portée de l'étude	<i>L'étude du thème vise à appréhender le rôle majeur de l'information dans les processus de gestion, les opportunités et les risques que génèrent les formes et modalités de communication et de collaboration avec le numérique, l'impact de l'information.</i>
Contexte et finalité	Dans les activités de gestion, l'information est à la fois source et résultante de l'action individuelle et collective. Les systèmes d'information (SI) concourent à en faire une ressource stratégique pour toute organisation.
Notions et contenus à construire	<ul style="list-style-type: none">- Données, informations et connaissances- Rôles et accessibilité de l'information- Valeur de l'information- Information, vecteur de communication interne et externe
Pré-requis	Thème 1 : l'individu en tant qu'acteur de l'organisation
Objectifs pédagogiques	<i>Etre capable de :</i> <ul style="list-style-type: none">- Repérer l'origine d'une information et les étapes de sa transformation (de la donnée à l'information, de l'information à la connaissance et sa transmission) ;- De mesurer le rapport information / communication dans le contenu du message.
Mise en situation	La société SPECIBIKE .

POURQUOI UN PROGICIEL DE GESTION INTERGRE ?

*Laure Frébourg-Detalminil, professeure agrégée d'Économie-gestion, IUFM de Créteil
<http://eco-gest.tice.ac-orleans-tours.fr/>*

Un progiciel de gestion intégrée (PGI ou ERP - Enterprise Resource Planning) est un produit logiciel paramétrable construit autour d'une base de données unique, susceptible de couvrir la majorité des besoins en traitement d'information des différents services d'une organisation grâce à un ensemble de modules compatibles. Ces progiciels de gestion intégrée sont souvent adoptés par les entreprises. Ils sont considérés comme l'épine dorsale du système d'information de gestion. Le choix de ces outils de gestion a des conséquences importantes pour le management des organisations qui les adoptent

Progiciels de gestion intégrée, outils de gestion pour les organisations

Les progiciels de gestion intégrée sont conçus pour fournir à toute organisation de toute taille et de tous secteurs un outil intégrant toutes les activités dans un système global qui couvre l'ensemble des opérations de planification, de gestion et de suivi.

Le cœur des fonctionnalités est constitué de modules applicatifs standard : gestion comptable, contrôle de gestion, gestion de la production, achats et stocks, management de la qualité, maintenance, administration des ventes, gestion du personnel et gestion de projets

L'implantation d'un progiciel de gestion intégrée, une décision influencée par l'environnement de l'organisation

Un des premiers arguments qui prévaut pour expliquer le choix des progiciels de gestion intégrée par une entreprise est la logique économique de réduction des coûts et des délais d'élaboration d'une application informatique grâce à la mutualisation par un éditeur de solutions normalisées d'automatisation des fonctions de gestion (par opposition au développement des solutions spécifiques). Mais la décision d'implantation d'un tel progiciel est également très souvent liée à l'environnement des organisations. En effet, lorsque dans un secteur, les entreprises majeures l'adoptent, les dirigeants des autres entreprises suivent fréquemment et optent pour cette solution, par crainte de laisser leurs concurrents prendre un avantage significatif. [[Suite de l'article...](#)]

SEQUENCE PEDAGOGIQUE : LE PROGICIEL DE GESTION INTEGREE

Mise en situation

La société Specibike commercialise des produits et des services en relation avec le cyclisme (elle ne réalise aucune production). En effet, cette entreprise achète des vélos auprès des grandes marques et les revend ensuite dans ses différents points de vente où une multitude de services au client est proposée (un catalogue très complet de vélos et d'accessoires, des conseils de techniciens spécialisés, un service de réparation efficace, etc.).

Specibike dispose également d'un site internet marchand (<http://www.oxabike.com>) qui présente les activités de la société, site sur lequel les clients peuvent bien évidemment effectuer leurs achats.

L'entreprise est structurée comme suivant :

- Le siège social, magasin d'origine créé par M. BURGOND et réalisant le plus gros volume d'affaires, est situé à Paris.
- Les autres magasins/points de vente sont des lieux de distribution qui disposent d'une organisation propre.

Lorsque Mme BILLON, responsable des ventes, accueille un client dans le magasin Specibike de Strasbourg, elle lui propose une offre complète : réduction à partir de la carte de fidélité, vélos, accessoires sur vélo, équipements de sécurité du cycliste et livraison. Elle est donc amenée à traiter de multiples informations.



Alain SAUVEUR, en déplacement professionnel à Strasbourg, pose fièrement derrière le vélo électrique « *batavus easy de luxe* » qu'il souhaite acquérir (Photo d'illustration - 22 octobre 2013). Habitant Marseille, ce fidèle client de Specibike demande à Mme BILLON la livraison du vélo à son domicile. Ajoutons que grâce à sa carte de fidélité « *Bike Pro* », M. SAUVEUR pourra bénéficier d'une remise de 5 %

SPECIBIKE
CARTE ADHERENT

N° : 497 878 000 065 8971

Nom : Sauveur Prénom : Alain

Type Carte : Bike Pro Valid : 04/15

ainsi que de l'option « *paiement en dix mensualités* », la première mensualité étant directement débitée sur son compte - selon les conditions de règlement applicables aux adhérents - à « *30 jours fin de mois* ».

Sous OpenErp, vous ouvrez une session sous le profil « *billon* ».
Vous êtes donc Mme BILLON.

Afin d'obtenir les avantages de la carte adhérent, plusieurs documents sont nécessaires :

1. Une pièce d'identité ;
2. Une facture EDF justifiant du domicile ;
3. Un Relevé d'Identité Bancaire (RIB) ;
4. Les trois derniers bulletins de salaires.

1. Notez les informations nécessaires à la réalisation du bon de commande. Saisissez dans le logiciel.
2. Quelles informations devant être transmises à la comptabilité et au service de livraison devrez-vous recueillir auprès de M. SAUVEUR ?

Thème 2 : Information et intelligence collective

En quoi les technologies transforment-elles l'information en ressource ?

Chap. 8 : L'information dans l'organisation

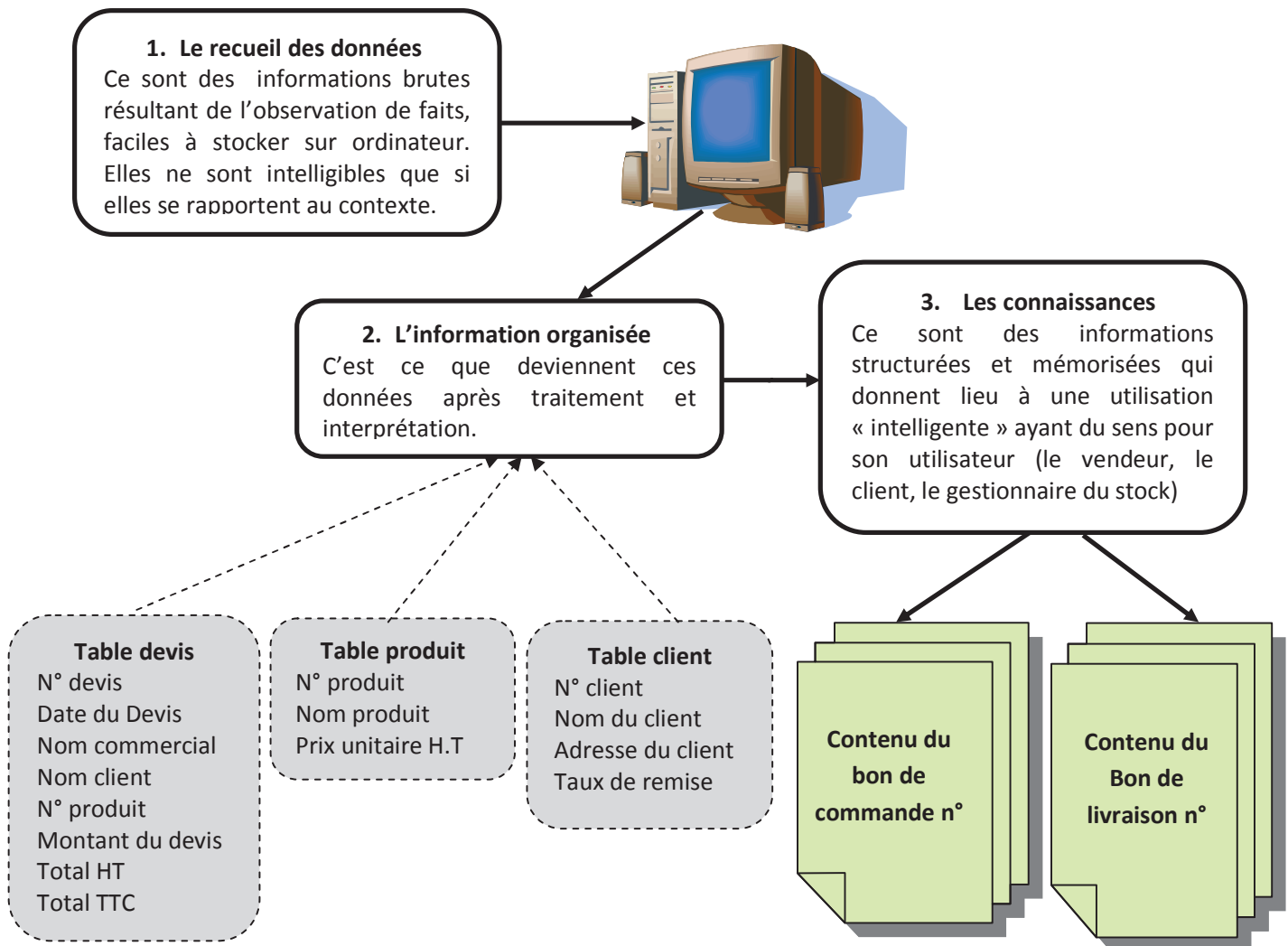
Fiche n°2 : Données, informations, connaissances

Avant de finaliser son achat, M. SAUVEUR demande quelques conseils à Mme BILLON, la responsable des ventes du magasin. A l'aide de son Progiciel de Gestion Intégré (PGI OpenErp), elle saisit différentes informations (ex : types de vélo, type d'accessoires sur vélo, équipements de la personne) qui sont des références de produits.

Mme BILLON propose ensuite à M. SAUVEUR un choix adapté à ses besoins à l'aide du catalogue technique des produits. Renseignements pris, M. SAUVEUR achète uniquement le vélo électrique « *batavus easy de luxe* » qui sera donc livré chez lui, à Marseille.

Mme BILLON montre sur son ordinateur le bon de commande au client.

Les étapes de la proposition commerciale



1. A quel moment les données se transforment-elles en informations ?

2. Quelles sont les informations qui, au final, ont du sens pour le client et deviennent ainsi des connaissances ?

Thème 2 : Information et intelligence collective

En quoi les technologies transforment-elles l'information en ressource ?

Chap. 8 : L'information dans l'organisation

Fiche n°3 : Rôles et accessibilité de l'information

Situation n°1 : M. SAUVEUR accepte le devis. Il le signe après avoir écrit la mention « *bon pour accord* ». Mme BILLON édite donc le bon de commande. Dans les 7 jours, il recevra par Colissimo l'ensemble de son matériel.

1. Editez le devis réalisé par Mme BILLON pour M. SAUVEUR.

Specbike 2 rue de la butineuse 67 000 Strasbourg - France Phone: Mail:		Alain Sauveur 10 rue du Chef 13 000 MARSEILLES			
Adresse de livraison : Alain Sauveur 10 rue du Chef 13 000 MARSEILLES France		Adresse de facturation : Monsieur Alain Sauveur 10 rue du Chef 13 000 MARSEILLES France			
N° de commande SO031					
Votre Référence	Date de commande	Vendeur	Condition de règlement		
	22/10/2013	Billon	30 Jours fin de mois		
Description	TVA	Quantité	Prix unitaire	Rem.(%)	Prix
[BAT366387] Batavus Velo Electrique Batavus Easy Deluxe	TVA collectée (vente) 18,6%	1,00 PCE	2299,00	5,00	2184,05 €
Colissimo	TVA collectée (vente) 18,6%	1,00 PCE	48,00	0,00	48,00 €
Total Net :					2232,05 €
Taxes :					437,48 €
Total :					2669,53 €
Paiement en 10 mensualités (Carte Bike Pro) 30 Jours fin de mois			Bon pour accord, le 22 oct 2013 M. Sauveur		

1. Surlignez les informations contenues dans le devis?
2. A quels acteurs sont-elles destinées ?
3. Ces informations sont-elles conformes aux souhaits de M. SAUVEUR ? Justifiez.
4. Dans chacune des situations suivantes, indiquez les rôles de l'information à partir de la liste suivante :
Message ; contrôle/validation ; remédiation ; mémoire/stockage ; proposition

Le bon de commande fournit les détails précis de la prestation. Le client l'accepte.	
L'acceptation du bon de commande permet au vendeur d'informer le responsable des stocks de préparer la marchandise en vue de sa livraison.	
Alain SAUVEUR change d'avis sur la qualité de ses freins, souhaite modifier ses freins à mâchoires par des freins à disques ventilés. Mme BILLON s'aide de sa base de données pour lui proposer une alternative.	
La direction analyse les chiffres concernant des ventes de magasin, par vendeur. Le calcul de la progression est effectué, des comparaisons sont établies.	
Plusieurs informations concernant la commande du client sont mises en mémoire pour assurer le suivi des garanties des produits, des clients par le SAV.	

Situation n°2 : De retour chez lui, à Marseille, M. SAUVEUR se rend compte qu'il a oublié d'acheter un casque de vélo.



5. Que peut-il faire ?

6. Quels sont les avantages et les inconvénients des solutions trouvées ?

Finalement, M. SAUVEUR décide d'acheter le casque par le biais du site internet de Specibike.



LE SITE DÉMO DE
L'ÉDUCATION NATIONALE


[Notre gamme de vélos](#)
[Nos accessoires vélos](#)
[Location de vélos électriques](#)
[La société](#)
[Inscription Pro](#)

BOUTIQUE OXABIKE

- Vélos Enfants
- Vélos Pliants
- Vélos de Ville
- Vélos Hollandais
- Vélos Électriques
- Accessoires Vélos

COMPOSANTS OXABIKE

- Newsletter
- Blog Oxabike
- Actualités
- Témoignages
- Liens et partenaires
- Questions/Réponses
- Contacts

RECHERCHE


casque Tous les mots

☐ Recherche avancée


☒ Afficher les images réduites si disponibles

1 - 3 RÉSULTATS, SUR UN TOTAL DE 3.


[1] **casque de vélo enfant rouge**
Pour parfaire la sécurité à vélo. La taille s'ajuste par une molette ...



[2] **casque de vélo enfant vert pomme**
Pour parfaire la sécurité à vélo. La taille s'ajuste par une ...



[3] **Indispensable pour la sécurité des enfants**
Lot de 3 articles : un casque vélo enfant, un feu arrière et une chasuble fluo



Porte-bagage pick-up pour vélo indémodable hollandais

69,00 €
(986 Article(s) en stock)

[Détails](#) [ACHETER](#)

Équipez votre vélo hollandais indémodable d'un porte-bagage avant si vous avez un siège enfant à l'arrière ou pour garder vos effets personnels sous les yeux.



Panier en osier BASIMPLY - fixation sur la potence

49,00 €
En Stock (99 Article(s) en stock)

[Détails](#) [ACHETER](#)

Un support de 12 cm de long fixé sur la potence permet de fixer le panier osier, même sur des vélos équipés de potence réglable. Le panier ainsi fixé reste bien vertical et il est amovible rapidement.



Casque de vélo enfant vert pomme

19,00 €

[Détails](#) [ACHETER](#)

Pour parfaire la sécurité à vélo. La taille s'ajuste par une molette (voir photo à droite en bas) :
Taille S : 47 à 50 cm (périmètre crânien)



Casque de vélo enfant rouge

19,00 €

[Détails](#) [ACHETER](#)

Pour parfaire la sécurité à vélo. La taille s'ajuste par une molette (voir photo à droite en bas) :
Taille S : 48 à 52 cm (périmètre crânien)



Chargeur alimenté par la dynamo du vélo pour portable et système GPS

79,00 €

[Détails](#) [ACHETER](#)

Chargeur alimenté par la dynamo du vélo pour iPhone, portable et système GPS. Il permet de recharger avec la dynamo de votre vélo tout ce qui peut être habituellement chargé sur une prise USB d'ordinateur : iPhone, iPod, GPS, téléphone, ... Avec lui vous ne risquez pas de tomber en panne de batterie lors d'un périple à vélo. Et vous n'aurez pas non plus à vous encombrer des chargeurs de chaque appareil.



Indispensable pour la sécurité des enfants

35,90 €
(-16,71%) 29,90 €

[Détails](#) [ACHETER](#)

Lot de 3 articles : un casque vélo enfant, un feu arrière et une chasuble fluo.



7. A partir de votre visite sur ledit site internet, qu'en concluez-vous par rapport à la situation n°1 ?

Thème 2 : Information et intelligence collective

En quoi les technologies transforment-elles l'information en ressource ?

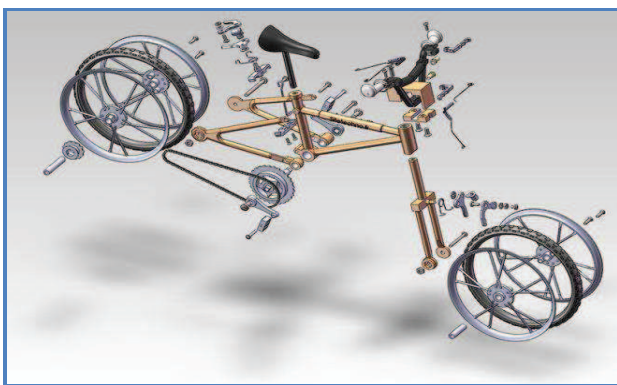
Chap. 8 : L'information dans l'organisation

Fiche n°4 : La valeur de l'information

Mise en situation

M. BURGOND, créateur et PDG de Specibike a très tôt compris l'intérêt commercial d'un logiciel de Dessin Assisté par Ordinateur (DAO). Un investissement important a été réalisé, il porte aujourd'hui ses fruits puisque le logiciel permet de vendre par mois plus de cinquante vélos à des compétiteurs à la pointe de la technologie. Le coût d'une licence « Autocad » - n°1 mondial de la DAO - est de 10 000 € (1 200 000 Fcfp) auquel vient s'ajouter 2 000 € (240 000 Fcfp) de formation par utilisateur.

Le montage d'un Vélo de compétition : Eléments du coût de l'information pour l'entreprise



Les techniciens de l'entreprise ont développé une certaine expertise dans l'assemblage des vélos de compétition pour les professionnels du cyclisme sur route, du VTT et de la descente. Un logiciel de DAO relié à des bases données de produits dessinés en 3D (en format DWG), bases alimentées par les fournisseurs, permet aux techniciens de concevoir de véritables vélos de compétition (Coût : 5 000 € la base de données soit 600 000 Fcfp):

- Cadre Aluminium des U.S.A : Spécialized
- Roues en carbone d'Italie : Pirandelli.
- Système de freins du Japon : Shimano.
- Selle et guidon d'Ecosse : Bell.
- Suspension d'Autriche : UpSideDown

A partir de l'assemblage sur l'écran, le logiciel sophistiqué permet aux techniciens de proposer une offre en direct à leurs clients très exigeants. Un minimum de 4 heures de travail de technicien (70 €/h soit 8 400 Fcfp/h) est nécessaire pour assembler numériquement un vélo afin de contrôler la compatibilité des pièces de fournisseurs entre elles. Ledit logiciel permet également d'éditer l'ensemble des pièces nécessaires à commander (un bon de commande par fournisseur), ainsi que de renseigner le logiciel OpenErp par un échange de données pour éditer un devis au client. Par ailleurs, Specibike est abonnée à des revues spécialisées telles que « Global Cycles » et « VTT Extrême ». (Coût : 560 € soit 67 200 Fcfp)

1. A qui s'adresse à ce type de prestation ?

2. Pourquoi M. BURGOND doit-il investir dans ce type de logiciel ?

3. Quels éléments entrent dans le coût de l'information mise à la disposition des clients ?

Mise en situation

M. BURGOND souhaite renforcer la qualité de ses produits et recherche des fournisseurs « *made in France* ». Il consulte le site internet « *société.com* » après des recherches sur les moteurs de recherches.

SOCIETE.com L'information sur les entreprises

SECTEUR GÉOGRAPHIQUE

Code postal ou commune :

Régions	Départements
<input checked="" type="checkbox"/> France métropolitaine entière	<input checked="" type="checkbox"/> 01 - Ain
<input type="checkbox"/> DOM-TOM uniquement	<input checked="" type="checkbox"/> 02 - Aisne
<input type="checkbox"/> France métropolitaine + DOM-TOM	<input checked="" type="checkbox"/> 03 - Allier
<input checked="" type="checkbox"/> 1 - Alsace	<input checked="" type="checkbox"/> 04 - Alpes-de-Hte-prov.
<input checked="" type="checkbox"/> 2 - Aquitaine	<input checked="" type="checkbox"/> 05 - Hautes-Alpes
<input checked="" type="checkbox"/> 3 - Auvergne	<input checked="" type="checkbox"/> 06 - Alpes-Maritimes
<input checked="" type="checkbox"/> 4 - Bourgogne	<input checked="" type="checkbox"/> 07 - Ardèche
<input checked="" type="checkbox"/> 5 - Bretagne	<input checked="" type="checkbox"/> 08 - Ardennes
<input checked="" type="checkbox"/> 6 - Centre	<input checked="" type="checkbox"/> 09 - Ariège

ACTIVITÉ

Rechercher une activité :

4. *Quelle est l'activité de l'entreprise Société.com ?*
5. *Quelles informations peut-on obtenir à partir du site ? A quel prix ?*
6. *Le prix vous semble-t-il justifié ? Argumentez.*
7. *A partir de ces deux situations, comparez la valeur / le coût de l'information ? Qu'en pensez-vous ?*

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Thème 2 : Information et intelligence collective

En quoi les technologies transforment-elles l'information en ressource ?

Chap. 8 : L'information dans l'organisation

Fiche n°5 : L'information, vecteur de la communication interne

Mise en situation

Les salariés de l'entreprise essayent au maximum de consulter tous les jours leur messagerie électronique.

Une information interne

De : Burgon

Vers : Billon

Objet : Carte fidélité « Bike Pro »

Date d'envoi : 20/2013 23:11:20

Mme Billon bonsoir,

Comme vous le savez, grâce à la carte de fidélité « *Bike Pro* » nos clients peuvent bénéficier d'une remise de 5% et d'un financement avec paiement sur 10 mensualités. A présent, pour nos clients les plus fidèles, à savoir, ceux qui font pour plus de 10 000 euros (1 200 000 fcfp) d'achat par an, ils pourront se voir bénéficier d'une remise de 6%, le financement avec mensualités restant identique.

Merci de bien vouloir procéder auxdites modifications dans notre base de données.

Cordialement.

M. BURGON

1. **Qui a émis ce courrier électronique ?**
2. **Qui est le destinataire ?**
3. **Quelles sont les informations transmises ?**
4. **Pourquoi ce message peut-il être considéré comme une communication interne ?**
5. **Quelle est la conséquence sur le devis de M. SAUVEUR ?**

Mise en situation

La société Specibike dispose d'un intranet (site internet réservé aux salariés et collaborateurs). Quand Mme Billon se connecte, elle s'identifie pour accéder au portail intranet. La page d'accueil lui donne alors un accès personnalisé à de multiples contenus.

Quelques informations proposées par l'intranet de Specibike

• Les Actualités

22/10 Séminaire personnels de direction - Hôtel Manava

29/10 Réinitialisation du serveur à 10h, sauvegarder vos données

31/10 Signature Charte Label + Eco

06/11 Rappel consigne de sécurité - Espionnage industriel

• Les liens

Google

<https://www.google.com/>

Inspection du travail

<https://www.inspectiondutravail.strasbourg.fr/>

Sécurité sociale

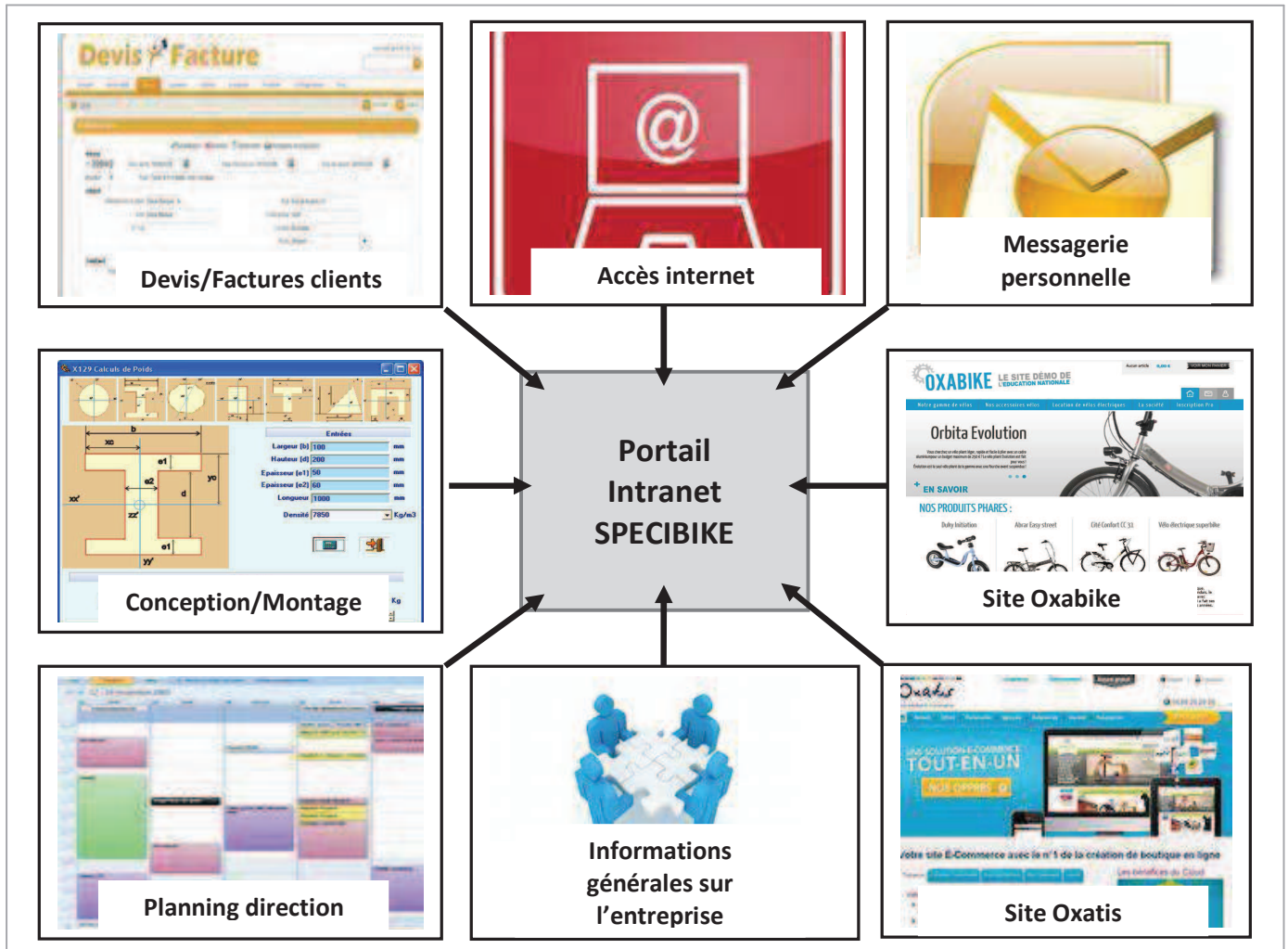
<https://www.securite-sociale.fr>

Annuaire des entreprises

<https://www.pagesjaunes.fr>

6. **D'après vous, quelles qualités doit avoir la page d'accueil du portail intranet ?**

La configuration de l'intranet



7. Repérez les contenus auxquels Mme BILLON a accès à partir du portail intranet en distinguant :

a) ceux qui lui donnent une ouverture à l'extérieur de l'entreprise :

.....

b) ceux qui concernent strictement l'entreprise Specibike :

.....

8. D'après vous, quelles sont les informations générales dont ont besoin tous les salariés de l'entreprise ?

.....

9. Quelles sont les applications auxquelles Mme BILLON peut accéder :

a) pour réaliser les propositions de montage d'un vélo?

.....

b) pour préparer devis et factures ?

.....

10. Pourquoi l'intranet peut-il être considéré comme un puissant moyen de communication interne ?

.....

Thème 2 : Information et intelligence collective

En quoi les technologies transforment-elles l'information en ressource ?

Chap. 8 : L'information dans l'organisation

Fiche n°6 : L'information, vecteur de la communication externe

Mise en situation

Specibike communique en permanence avec de nombreux partenaires externes : clients, fournisseurs, clients, banques, collectivités locales, etc. La communication externe est l'ensemble des informations que l'organisation diffuse, échange avec eux.

Situation 1 : Demande d'emprunt à la banque pour l'ouverture d'un nouveau magasin à Tahiti.

Situation 2 : Publicité à Tahiti pour promouvoir l'ouverture d'un nouveau magasin.

Situation 3 : Offre d'emploi pour un poste de directeur commercial.

Situation 1 : Après une réunion entre les dirigeants de Specibike, il a été décidé d'ouvrir une filiale à Tahiti qui s'appellera Specibike Tahiti. Pour se faire, il est nécessaire de demander un prêt à la banque.

1. Repérez le résultat de l'entreprise (Annexe 1).
2. Expliquez pourquoi les informations des deux tableaux de l'Annexe 1 sont nécessaires à la banque.
3. Pensez-vous que la banque acceptera de faire un prêt à Specibike ? Justifiez ?

Situation 2 : Afin de promouvoir l'ouverture de la nouvelle entreprise, Specibike va lancer une campagne de publicité.

4. Identifiez les informations qui figurent sur l'affiche de publicité (Annexe 2).
5. A qui s'adresse cette communication externe (A qui est destinée cette affiche) ?

Situation 3 : Afin d'ouvrir ce nouveau magasin, l'entreprise aura besoin d'embaucher un directeur commercial.

6. Repérez les informations qui apparaissent dans les fiches de postes (Annexe 3).
7. A qui est destinée cette offre d'emploi ?
8. Quels peuvent être les dangers liés à ce partage de l'information ?

Annexe 1 : Bilan et compte de résultat de Specibike

Compte de résultat de Specibike pour l'année 2012 (en euros)			
Achats de marchandises	3 983 382	Ventes de marchandises	8 369 172
Autres charges d'exploitation	738 450		
Impôts et taxes	532 134		
Charges de personnel	1 827 450		
Charges d'intérêts	112 500		
Dotations aux amortissements	682 056		
Bénéfice	448 200		
Total	8 369 172	Total	8 369 172

Bilan de Specibike pour l'année 2012 (en euros)			
Immobilisations incorporelles	72 000	Capital	1 360 000
Immobilisations corporelles	2 001 160	Résultat de l'exercice	448 200
Stocks de marchandises	831 780	Emprunts	1 101 600
Créances clients	533 160	Dettes fournisseurs	497 160
Disponibilités	137 700	Dettes fiscales et sociales	168 840
Total	3 575 800	Total	3 575 800



Lancez-vous !

Bientôt à Tahiti...



De grands choix de vélos !

Simplifiez-vous la vie avec le
vélo électrique !



Besoin d'espace ? Optez pour le
vélo pliable !



Ouverture prévue le 20 janvier 2014

Pour plus d'informations, visitez le site www.oxabike.com
 Tel : 06 89 89 89 89
 BP 6790
 75000 Paris

Directeur(trice) commercial(e) h/f			
Date de publication :	25/10/2013	Référence de l'offre :	VVDE603694 4806289
Contrat :	CDI à temps plein	Niveau requis :	Bac +3 Expérience de 5 ans minimum
Localisation :	Papeete – Tahiti – Polynésie Française		
Fonction :	Directeur(trice) commercial(e)		
Secteur :	Sport		
Entreprise :	Specibike		

Description du Poste

Rattaché(e) au Président Directeur Général, vous définissez la politique commerciale en vue d'accroître les ventes des différentes gammes de produits tout en préservant leur rentabilité. Dans ce contexte, vous établissez et mettez en œuvre le plan d'action commercial annuel par enseigne et par circuit de distribution. Pour y parvenir, vous dirigez et animez efficacement l'équipe commerciale (un Chef des Ventes et deux Commerciaux) à qui vous présentez les grandes tendances stratégiques. Vous intervenez également lors de la négociation et de la mise en place des commandes, du référencement des nouveautés et des actions promotionnelles ; vous participez à l'élaboration des outils marketing direct sur le point de vente. Vous êtes responsable du compte d'exploitation de l'enseigne et de sa rentabilité. Au-delà du périmètre territorial, vous développez les ventes à l'export et managez le réseau de partenaires distributeurs.

En veille permanente sur votre marché, vous proposez des axes de développement à la Direction Générale et à la Direction Marketing afin de favoriser l'émergence de nouveaux produits.

Profil Recherché

Doté(e) d'une très bonne connaissance dans le domaine sportif et plus particulièrement dans la vente de vélos, vous avez à votre actif au minimum 5 ans d'expérience dans le management d'équipes commerciales et/ou de négociation en centrale dans le secteur sportif. Reconnu(e) pour votre charisme, votre vision stratégique et votre tempérament de développeur (se), vous disposez de qualités managériales évidentes et savez faire preuve de diplomatie. Votre rigueur et votre exemplarité seront vos meilleurs atouts pour réussir dans cette fonction. Vous parlez anglais couramment, la maîtrise d'une seconde langue serait un plus.

Contact : recrutement@specibike.com
 Tel : 06 89 89 89 89
 BP 6789 75000 Paris Cedex

Thème 2 : Information et intelligence collective

En quoi les technologies transforment-elles l'information en ressource ?

Chap. 8 : L'information dans l'organisation

Fiche n°7 : Conceptualisation et Synthèse

L'« information », suivant son degré d'élaboration, peut prendre différentes formes.

Les données : Élaborées à partir de l'observation de faits, les données sont des informations « brutes », sans utilité immédiate. Elles peuvent être enregistrées dans un ordinateur, stockées. Faciles à manipuler, elles pourront faire l'objet de traitements (Ex : servir à des calculs).

L'information : Pour être utilisables, les données doivent faire l'objet d'un traitement qui les rende lisibles. Elles peuvent prendre une forme chiffrée (pourcentages, moyennes, statistiques...) ou imagée (schéma, graphique...). Quand elles sont organisées et interprétées dans un contexte donné, les données se transforment en informations. L'information a plus de « valeur » que les données parce qu'elle est le résultat d'un traitement.

La connaissance est l'utilisation « intelligente » qui est faite de l'information. La valeur des connaissances est élevée, car, grâce à elles, l'homme a de nouvelles idées, de nouvelles intuitions et de nouvelles interprétations.

Dans la pratique, il est difficile de déterminer exactement à quel moment les données deviennent information et à quel moment l'information devient connaissance.

Les caractéristiques de l'information

1. L'origine de l'information

L'information interne est produite par les différents services de l'entreprise. Elle est directement exploitable et d'un coût relativement peu élevé. Son usage peut être strictement interne et/ou externe.

Exemple : pour établir un devis, il suffit de rechercher le prix des produits dans les tarifs de l'entreprise. Cette information, à l'origine interne, devient externe puisqu'elle sera communiquée au client.

L'information externe provient des partenaires extérieurs et de l'environnement de l'entreprise. Elle peut être payante.

2. Le statut de l'information

La diffusion de l'information vise à la mettre à disposition de tous, dans un but de transparence. Dans la plupart des cas, la diffusion de l'information est une condition nécessaire au fonctionnement de l'entreprise (Ex : il faut connaître l'état du stock avant d'accepter une commande). Cependant, l'information peut ne pas être diffusable pour des raisons :

- **Techniques** : matériellement, il n'est pas possible de l'amener vers tous les utilisateurs ;
- **Juridiques** : il est parfois interdit de donner une information (atteinte à la vie privée des salariés/des clients, délit d'initié, etc.) ;
- **Economiques** : les connaissances de l'entreprise doivent parfois rester dans l'entreprise pour garder leur valeur ou sauvegarder l'image de l'entreprise.

Parfois, la diffusion de l'information est obligatoire. Ainsi, dans le cas du rappel d'un produit défectueux, tous les utilisateurs doivent être avertis du danger présenté par ce produit.

3. La valeur de l'information

- **La fiabilité** : l'information doit être digne de confiance, c'est-à-dire être une représentation proche de la réalité, exacte ;
- **La pertinence** : une information s'apprécie par rapport à une situation et non dans l'absolu. Elle sera pertinente si elle s'adapte parfaitement aux besoins des utilisateurs ;
- **L'actualité** : la validité de l'information dépend souvent de son actualisation, elle doit être récente ;
- **La précision** : la meilleure information est celle qui réduit le plus l'incertitude de ceux qui l'utilisent dans l'organisation ;
- **La rentabilité** : les coûts de recherche et de traitement de l'information doivent être inférieurs à la valeur ajoutée par cette information ;
- **La disponibilité** : pour utiliser l'information de façon pertinente, il faut qu'elle soit facilement accessible aux utilisateurs. Toutefois, on aura parfois intérêt à ne pas partager l'information ou à ne pas dévoiler ses sources d'information (Ex : pour se protéger des concurrents).

D'autres fois, certaines informations ne sont pas diffusables. En effet, elles peuvent porter atteinte à l'image de l'entreprise ou sont simplement protégées par des brevets.

4. Le rôle de l'information dans l'organisation

Les informations sont utilisées dans les multiples activités courantes de l'organisation.

Elles sont indispensables à la réalisation du travail au quotidien et à la prise de décision des dirigeants.

RETOUR DE PRATIQUES

Philippe Cétout - Gérard

Points positifs	Points négatifs	Pistes d'amélioration
<p>1.Elèves manipule un SI (PGI) et deviennent autonome dans la manipulation de l'outil de gestion - donc disponibilité totale du prof.</p> <p>2.Meilleure compréhension des notions par l'expérimentation.</p> <p>3.Prise de conscience de la dimension métier (commercial, comptable, resp. stock)</p> <p>4.Pouvoir monter l'impact d'une erreur de gestion sur le SI</p> <p>5.Timing respecté</p> <p>6.Pas besoin internet alors que souvent nous avons des problèmes de connexions pouvant compromettre nos séances.</p>	<p>1.Devoir installer soi-même le PGI et les bases sur le poste prof. de la salle (PGI sur le serveur établissement ne fonctionnait pas)</p> <p>2.Deux élèves par poste dû au parc informatique défectueux</p>	<p>1.Ne pas raisonner en notions mais en compétences / objectifs pour intituler les activités</p> <p>2.Prévoir d'autres activités afin que les élèves soient seuls sur le poste informatique</p> <p>3.Veiller à utiliser les verbes de capacité recommandés par l'IG</p>